

0-792403

На правах рукописи



Горгоц Ольга Вениаминовна

**РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
В РАЙОНАХ ПИОНЕРНОГО ОСВОЕНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ХАНТЫ-МАНСЬСКОГО
АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ)**

Специальность 08.00.05 –

Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами – сфера услуг)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Екатеринбург – 2010



Диссертационная работа выполнена на кафедре экономики сферы услуг
ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Набоков Владимир Иннокентьевич (Россия),
профессор кафедры менеджмента
и управления персоналом
ГОУ ВПО «Уральская государственная
сельскохозяйственная академия», г. Екатеринбург

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Власова Наталья Юрьевна (Россия)
профессор кафедры региональной
и муниципальной экономики
ГОУ ВПО «Уральский государственный
экономический университет», г. Екатеринбург

кандидат экономических наук, доцент
Кротова Елена Леонидовна (Россия),
доцент кафедры туризма
ГОУ ВПО «Уральский государственный
педагогический университет», г. Екатеринбург

Ведущая организация: Тюменский государственный университет, г. Тюмень

Защита состоится 13 мая 2010 г. в 13.30 на заседании диссертационного совета
ДМ 212.287.02 при ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический универ-
ситет» по адресу: 620219, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной воли,
62/45, зал заседаний Ученого Совета (ауд. 150).

Отзывы на автореферат в двух экземплярах, заверенные гербовой печатью, про-
сим направлять по адресу: 620219, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной
воли, 62/45, ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»,
ученому секретарю диссертационного совета ДМ 212.287.02. Факс (343) 257-71-47.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО «Ураль-
ский государственный экономический университет». Автореферат диссертации раз-
мещен на сайте ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический универси-
тет»: <http://www.usue.ru>.

Автореферат разослан 13 апреля 2010 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор экономических наук, профессор

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000689759

О. Б. Веретенникова

I Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. Туризм во многих государствах играет заметную роль в оздоровлении национальной экономики, формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест, нормализации внешнеторгового баланса, развитии культуры.

Индустрия туризма оказывает существенное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития.

Современная индустрия туризма является высокодоходной. На ее долю приходится около 10% мирового валового продукта, инвестиций, рабочих мест и мировых потребительских расходов. Среднегодовые темпы прироста мировых поступлений от международного туризма за последние 10 лет составили 13%. По прогнозам Всемирной туристской организации (ЮНВТО, UNWTO), к 2020 г. количество международных туристских поездок превысит 930 млн, а поступления от туризма достигнут 1,1 трлн дол. Эти данные характеризуют высокий экономический эффект функционирования индустрии туризма как важнейшей отрасли сферы услуг.

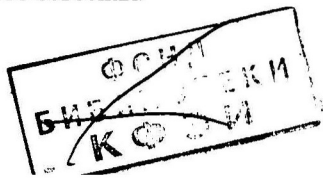
ЮНВТО относит Россию к числу государств, в которых в начале XXI века возможны наивысшие темпы развития туризма при условии его государственной поддержки. Согласно этим прогнозам, к 2020 г. Россия может войти в первую десятку стран как по приему туристов (47,1 млн чел. в год, что составит 2,9% от мирового потока туристов), так и по выезду туристов за пределы государства (30,5 млн чел. в год, или 1,9% от мирового потока туристов). Эти данные не включают объемов внутреннего туризма, которые могут многократно превосходить въездной и выездной обороты.

Вместе с тем Россия, обладающая возможностями развития туризма, занимает на мировом рынке туристских услуг одно из последних мест – на ее долю приходится менее 1,5% мирового туристского потока (по числу прибывающих туристов).

Оптимальному развитию туризма в России мешает главным образом неразвитость индустрии туризма в условиях глобализации, что обуславливает необходимость учета общемировых тенденций, выработки новых решений по регулированию развития индустрии туризма, особенно в районах с моноспециализированной экономикой, к которым относятся районы пионерного освоения. Разработка стратегии развития индустрии туризма и методов стратегического управления имеет как научную, так и практическую значимость.

Это обусловило выбор темы диссертационной работы.

Целью диссертационного исследования является развитие теоретических и методических положений функционирования и регулирования развития индустрии туризма в районах пионерного освоения.



Реализация поставленной цели потребовала решения следующих задач:

- 1) уточнить и дополнить понятийный аппарат современного туризма;
- 2) выявить новые классификационные признаки видов современного туризма, видов деятельности и соответствующих им предприятий, организаций индустрии туризма;
- 3) разработать модель стратегического управления развитием индустрии туризма;
- 4) обосновать факторы, способствующие успешной интеграции российской индустрии туризма в мировое туристское пространство;
- 5) определить стратегические направления управления развитием индустрии туризма Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

Объектом диссертационного исследования выступает индустрия туризма района пионерного освоения – Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

Предметом исследования является система социальных и экономических отношений между субъектами предоставления и потребления туристских услуг.

Степень разработанности темы исследования. Исследования в области туризма в разных его проявлениях (социальном, экономическом) появились в 1960-х годах в рамках европейских научных школ. Такие ученые, как К. Крапф, В. Висс, Р. Юнк, Ф. Потье, Я. Гезгала создали междисциплинарную теоретико-методологическую базу исследований по характерным особенностям развития туризма в странах Европы.

В 1980-х годах учеными англо-американской и австралийской школ Дж. Боуэном, Р. Олье, Г. Шоу рассмотрены тенденции развития туризма в постиндустриальном обществе.

Проблемы стратегического управления и его применения в практической деятельности в условиях рыночной экономики нашли отражение в научных трудах значительного числа зарубежных экономистов: И. Ансоффа, Р. Акофа, К. Боумэна, М. Х. Мескона, М. Портера, А. Томпсона, Э. А. Тоффлера и др.

Среди работ зарубежных исследователей, посвященных различным вопросам туристской деятельности, выделяются работы Р. А. Браймера, Р. Вернера, С. Вильямс, Дж. Коррье, Ф. Котлера и др.

Представители советской школы исследований в области рекреации и туризма в 1970–1980-е годы – Ю. К. Байназаров, Е. А. Котляров, М. Э. Немоляева В. С. Преображенский – сформировали методологию экономического содержания туристской услуги и туристского продукта, разработали методики планирования туристских маршрутов.

Теоретическим и практическим вопросам развития туризма, его менеджмента в современной России посвящены исследования В. И. Азара, И. Т. Балабанова, Е. И. Богданова, Л. И. Васильцовой, О. Б. Веретенниковой, Н. И. Волошина, В. Г. Гуляева, И. В. Зорина, Г. А. Карповой, В. А. Кварталь-

нова, Т. В. Козырева, М. М. Маринина, Т. В. Муравьевой, А. Г. Папирына, Р. Ю. Поповой, В. С. Сенина и др.

Проблемы функционирования индустрии туризма рассматривались отечественными учеными Е. В. Вавиловой, В. П. Иваницким, Е. Н. Ильиной, Е. Л. Кротовой, Э. В. Пешинной и др.

Вопросы стратегии развития туризма в рыночных условиях отражены в работах Б. Г. Гуляева, Н. И. Кабушкина, В. А. Квартальнова, Н. К. Моисеевой, Р. Ю. Поповой, А. Д. Чудновского, С. П. Шпилько и др.

Несмотря на это вопросы функционирования и развития индустрии туризма в современных условиях изучены фрагментарно. Недостаточно разработан понятийный аппарат, слабо исследованы вопросы регулирования индустрии туризма в условиях глобализации, функционирования предпринимательских сетей в туризме, развития индустрии туризма в районах пионерного освоения, что требует новых научно-исследовательских решений.

Теоретико-методологическую базу исследования составляют фундаментальные положения современной экономической теории, теорий управления и государственного регулирования экономики, исследования отечественных и зарубежных ученых по проблемам функционирования и развития рынка и сферы услуг. В процессе исследования использованы как общенаучные методы познания – индукции и дедукции, анализа и синтеза, так и специальные методы – экономического анализа, анализа динамики и структуры, опрос экспертов, стратегического анализа.

Информационную базу исследования составили материалы международных организаций (ООН, Всемирной туристской организации), нормативно-правовые акты Российской Федерации и субъектов РФ, статистические и аналитические материалы Федеральной службы государственной статистики и ее территориальных органов, публикации отечественных и зарубежных авторов, данные Комитета по туризму Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

В процессе диссертационного исследования получены следующие результаты, содержащие элементы **научной новизны**:

1) уточнены сущностные понятия «туризм», «индустрия туризма», «туристский продукт», учитывающие комплексную, интегральную природу индустрии туризма, для определения векторов ее развития;

2) систематизированы и дополнены существующие признаки классификации видов туризма, на основании чего расширена классификация видов туризма; предложена адаптированная классификация видов деятельности и, соответственно, предприятий и организаций индустрии туризма;

3) выделены и обоснованы факторы, способствующие интеграции индустрии туризма России и районов пионерного освоения в мировое туристское пространство;

4) разработана модель стратегического управления развитием индустрии туризма, включающая в себя алгоритм действий по разработке и реализации программ ее развития.

Практическая значимость диссертационного исследования определяется актуальностью поставленных задач и заключается в разработке рекомендаций по стратегическому планированию и регулированию развития ин-

дустрии туризма районов пионерного освоения, совершенствованию системы ее регулирования.

Материалы исследования и его практические выводы могут быть использованы законодательными и исполнительными органами государственной власти при выборе приоритетных направлений деятельности, разработке и реализации стратегии развития индустрии туризма; органами местного самоуправления при регулировании развития индустрии туризма; предприятиями индустрии туризма при оценке своего инновационно-инвестиционного потенциала; высшими учебными заведениями при подготовке и переподготовке специалистов для сферы туризма.

Публикации. Основные положения диссертационной работы нашли отражение в 16 публикациях общим объемом 12,03 п. л., в том числе в двух статьях в научных изданиях, аннотированных ВАК РФ, и монографии.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации получили одобрение и были использованы Думой Ханты-Мансийского автономного округа. Методика определения инновационно-инвестиционного потенциала предприятий индустрии туризма применяется Департаментом транспорта и связи Ханты-Мансийского автономного округа для определения и анализа инновационно-инвестиционного потенциала предприятий. Основные положения работы используются в учебном процессе в Югорском государственном университете (Ханты-Мансийск), в Институте дополнительного образования при Югорском государственном университете.

Внедрение результатов диссертационного исследования подтверждается соответствующими документами.

Основные положения и результаты работы были одобрены и обсуждались на международных и российских научных и научно-практических конференциях в Екатеринбурге (2007, 2008, 2009 гг.), Ханты-Мансийске (2007, 2008, 2009 гг.), Санкт-Петербурге (2009 г.). Выступления оценены тремя дипломами конференций.

Структура и объем работы. Структура работы определяется логикой проведенного исследования и отражена в ее содержании. Диссертация состоит из введения, трех глав и заключения, в котором отражены основные результаты и выводы работы. Исследование выполнено на 157 страницах, содержит 19 таблиц, 11 рисунков, 4 приложения. Библиографический список состоит из 134 источников.

Во **введении** обоснована актуальность темы, проанализирована степень разработанности проблемы, определены цель, задачи, предмет и объект исследования, отражена научная значимость полученных результатов.

В **первой главе** «Теоретические аспекты развития индустрии туризма» уточнен ряд терминов, расширяются и дополняются классификации видов современного туризма, индустрии туризма; систематизирован мировой опыт государственного регулирования туризма.

Во **второй главе** «Анализ состояния и развития индустрии туризма Российской Федерации и районов пионерного освоения (на примере Ханты-Ман-

сийского автономного округа – Югры)» исследована нормативно-правовая база государственного регулирования туризма в Российской Федерации, проведена оценка степени ее соответствия экономической природе и современному уровню развития туризма в России в условиях глобализации. Проанализированы показатели и динамика развития въездного туризма в РФ, состояние российской индустрии туризма и проблемы включения ее в мировые потоки. Исследованы научно-методические основы предпринимательских сетей в сфере туризма, сформулированы принципы формирования и функционирования предпринимательских сетей. Определены признаки моноэкономики пионерных районов. Дана характеристика состояния индустрии туризма Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

В *третьей главе* «Стратегия развития индустрии туризма Ханты-Мансийского автономного округа – Югры» представлена модель туристской индустрии – алгоритм составления программ развития индустрии туризма, в результате использования которого должен появляться комплекс трехуровневых программ развития индустрии туризма, а также предложена система показателей оценки инновационно-инвестиционного потенциала для предприятий индустрии туризма и методика прогноза туристского спроса. Разработаны основные направления стратегии регулирования развития туризма в ХМАО-Югра.

В *заключении* диссертационной работы подведены итоги проведенного исследования, представлены основные выводы теоретического и методического значения, составляющие предмет защиты диссертации.

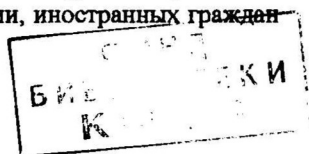
В *приложениях* представлены вспомогательные аналитические материалы, иллюстрирующие и дополняющие отдельные положения диссертационной работы.

II Основные научные положения и результаты работы, выносимые на защиту

1 Уточнены сущностные понятия «туризм», «индустрия туризма», «туристский продукт», учитывающие комплексную, интегральную природу индустрии туризма, для определения векторов ее развития.

Туризм находится в процессе постоянного развития, поэтому в настоящее время используются его многочисленные дефиниции. В научной литературе при рассмотрении сущности туризма используются такие термины, как «международный туризм», «мировой туризм», «туристский бизнес», «туристская отрасль», «индустрия туризма», «туристская индустрия» и «индустрия гостеприимства». Анализ существующих определений туризма показывает, что большинство авторов трактует туризм с позиции потребителя услуг.

В Федеральном законе от 5 февраля 2007 г. № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”» содержится следующее определение: «*туризм* – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан



и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания». Данное определение построено на признаках, связанных с перемещениями граждан, их целями, исключением получения доходов. В Законе приведены и другие понятия, характеризующие сферу туризма и требующие уточнения, – «индустрия туризма», «турпродукт».

На наш взгляд, необходимо включить в понятие «*туризм*» другую организационную часть, связанную с производством и реализацией туристских услуг и товаров. Исходя из этих посылок, предлагается следующее определение: *туризм* – это совокупность как деятельности, осуществляемой физическими лицами (туристами) по передвижению за пределы среды проживания и по пребыванию для достижения целей, обусловленных мотивацией, без получения дохода в стране (месте) временного пребывания, так и деятельности предприятий, предоставляющих туристские услуги и товары.

Анализ современных зарубежных и отечественных подходов к пониманию сущности индустрии туризма свидетельствует о многообразии признаков, элементов, раскрывающих его содержание. В настоящее время с индустрией туризма чаще всего идентифицируются разнообразные виды деятельности на рынке услуг, связанные с приемом и обслуживанием туристов. В указанном законе дано определение туристской индустрии как совокупности институциональных элементов деятельности, обеспечивающих удовлетворение потребностей туристов (средств размещения и транспорта, объектов санаторно-курортного комплекса, общественного питания, развлечения и т.д.). По существу, оно содержит простое перечисление основных предприятий (объектов), организующих и обслуживающих туристов. На наш взгляд, индустрия туризма – комплексное понятие, имеющее целевую направленность. Поэтому предлагается следующее определение: *индустрия туризма* – это межотраслевой социально-экономический комплекс, включающий организации и предприятия, объединенные общими целями, связями, использованием ресурсов территорий, деятельность которых направлена на удовлетворение потребностей физических и юридических лиц – туристов.

Исследование показало, что в последние годы происходят существенные изменения в оказании туристских услуг по форме. В связи с высокой степенью конкуренции на международном туристском рынке большинство туроператоров предлагают турагентам и туристам туристский продукт, который реализуется в широком спектре программ. Такой подход обеспечивает комплексное обслуживание туристов, соответствующее их мотивациям. Под туристским продуктом принято понимать комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта. В указанном Федеральном законе выделяются услуги по перевозке и размещению, что противоречит положе-

нию данного закона, предусматривающему свободное формирование туроператором туристского продукта из любого набора востребованных услуг. Полагаем, что целесообразно рассматривать *туристский продукт* как комплекс услуг, сформированный туроператором на основе договоров с предприятиями индустрии туризма, состоящий из набора программ, распространяемый туроператором через турагентов для туристов.

Предлагаемые уточнения расширяют представления о туризме, институциональных элементах индустрии туризма.

2 Систематизированы и дополнены существующие признаки классификации видов туризма, на основании чего расширена классификация видов туризма; предложена адаптированная классификация видов деятельности и, соответственно, предприятий и организаций индустрии туризма.

Изучение литературных источников и исследования автора позволили систематизировать существующие и добавить новые критериальные признаки видов туризма, влияющие на развитие деятельности предприятий индустрии туризма. В диссертационной работе автор рассматривает и подробно классифицирует виды туризма, которые, как правило, являются основой создания турпродукта, выступающего первичной продажной единицей предприятий индустрии туризма.

В разработанной классификации видов туризма (рисунок 1) курсивом выделены предложенные признаки. Наиболее важным признаком классификации видов туризма считаем признак «по цели (мотивации)». Это сущностный признак, который непосредственно влияет на развитие тех или иных предприятий индустрии туризма. Также влияют на развитие индустрии туризма все выделенные в классификации структурные признаки. Признак «по составу группы» способствует формированию требований к развитию предприятий индустрии туризма, в частности, средств размещения, транспортных средств, предприятий общественного питания; признак «по финансовым возможностям туристов» является основополагающим для предприятий индустрии туризма по выходу на новый уровень анализа доходов в странах – поставщиках туристов и, соответственно, формированию оператором турпродукта.

Многообразие видов деятельности предприятий индустрии туризма обуславливает сложности в создании их классификации. Одна из классификаций предприятий предложена Р. А. Браймером, специалистом Государственного университета штата Флорида (США): общественное питание, транспортные услуги, средства размещения, организации-посредники (туроператоры и турагенты). Эта классификация взята за основу в диссертационной работе.

На рисунке 2 представлены по видам деятельности две группы предприятий индустрии туризма, различных по степени зависимости от туристского рынка: *основные предприятия, предполагающие конкретную специализацию на производстве типичных туристских товаров и услуг, и предприятия, чьи услуги и товарами турист может пользоваться с меньшей вероятностью, чем «основными», по своему желанию – сопутствующие.*

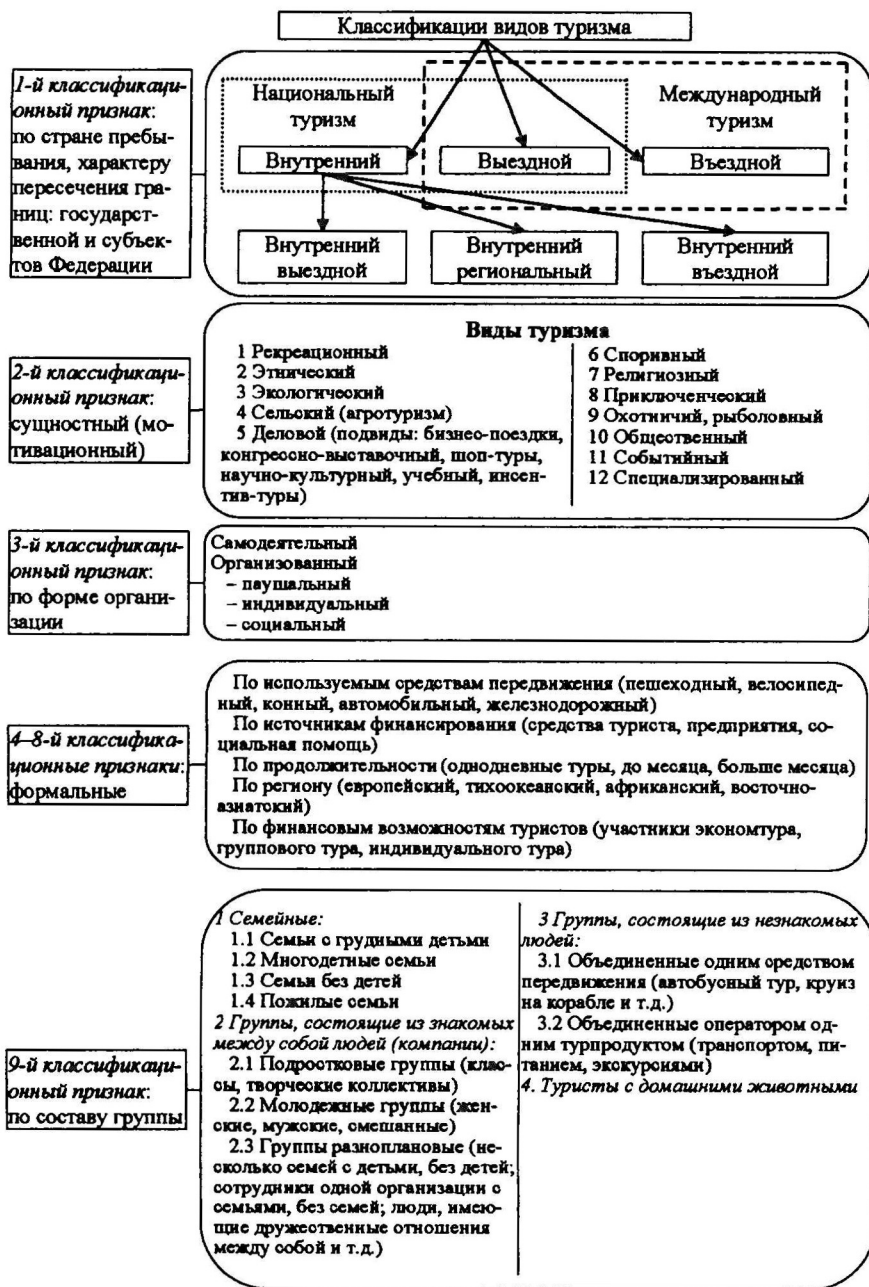


Рисунок 1 – Классификация видов туризма

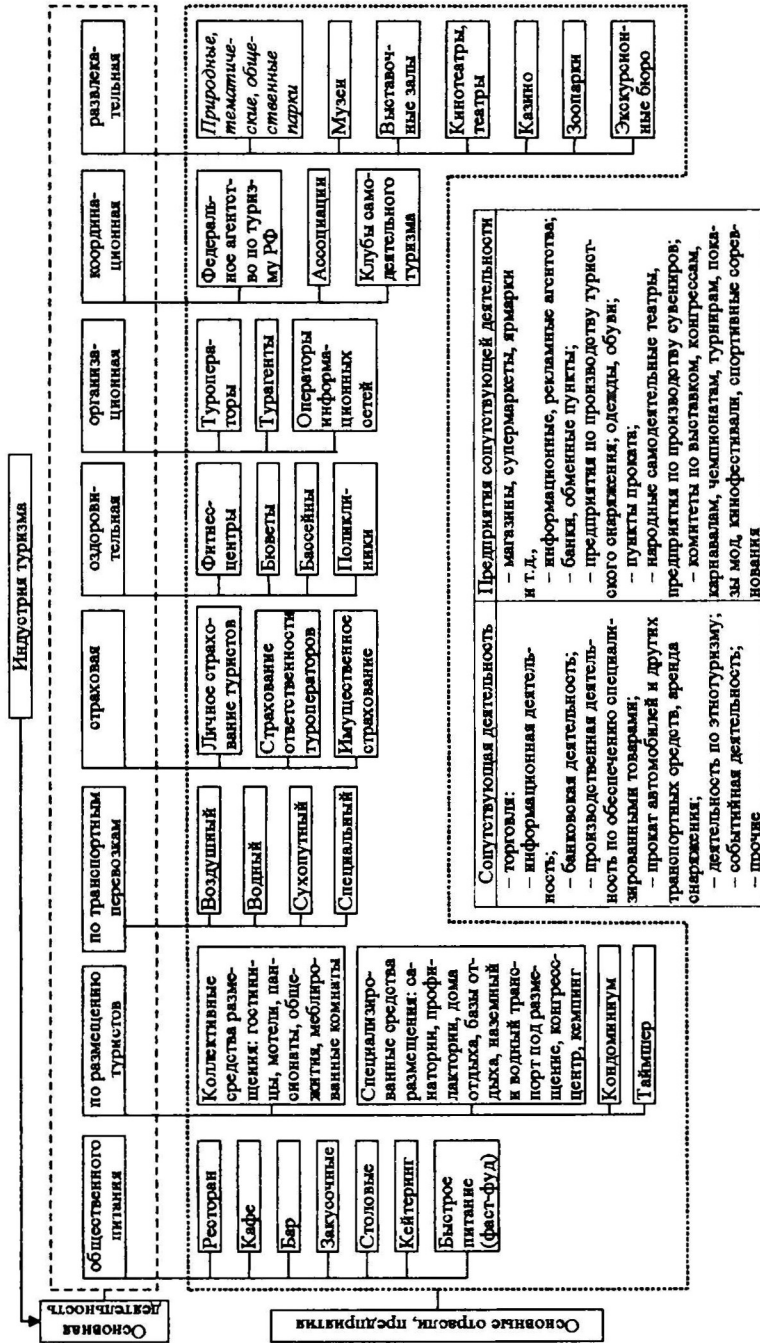


Рисунок 2 – Классификация видов деятельности и предприятий индустрии туризма

В работе предлагается, кроме видов деятельности и предприятий индустрии туризма по Р. Браймеру, с учетом произошедших процессов, связанных с развитием индустрии туризма, учитывать следующие виды *основной деятельности*: страховую, оздоровительных комплексов, организационную, координационную, развлекательную, изучение которых дает более точное представление об индустрии туризма.

Кроме указанных в классификации основных видов деятельности и соответствующих предприятий, без которых, как правило, не обходится турист, есть также сопутствующие виды деятельности предприятий, услуги которых востребуются по мере возникновения потребностей в них.

Сопутствующими видами деятельности, выполняемыми предприятиями индустрии туризма, являются: торговля (магазины, супермаркеты, ярмарки и т.д.); информационная деятельность (информационные, рекламные агентства); банковская деятельность; производственная деятельность по обеспечению специализированными товарами туристов (предприятия по производству туристского снаряжения); прокат (пункты проката транспортных средств и других товаров) и т.д.

Данные признаки выделены ввиду различной значимости включения услуг предприятий в турпродукт. Услуги «основных» предприятий, как правило, включаются в турпродукт в различных сочетаниях; услуги «сопутствующих» предприятий, как правило, сопутствуют при приобретении услуг «основных» предприятий индустрии туризма. Деление предприятий индустрии туризма в соответствии с их деятельностью позволяет создавать турпродукты с учетом целей (мотиваций), состава групп, финансовых возможностей туристов.

3 Выделены и обоснованы факторы, способствующие интеграции индустрии туризма России и районов пионерного освоения в мировое туристское пространство.

В последние десятилетия международные туристские связи стали составной частью социально-экономических отношений мирового сообщества. С начала 1990-х годов российский туризм был вовлечен в процесс глобализации. Данный период характеризуется ростом въезда в Россию туристов. С 1995 по 2003 г. количество въезжающих в страну туристов возросло на 55,3%, за пять последующих лет – снизилось на 22,0%. Туризм превращался в динамичный сектор экономики, формировалась индустрия туризма.

Общий въезд в страну иностранных граждан обеспечивался следующими целями поездок (таблица 1). При этом удельный вес посещений с целью «туризм» в общем числе прибытий снизился с 33,7 до 25,4%. Наиболее существенными факторами этого являются озабоченность иностранных граждан личной безопасностью, невысокий уровень сервиса, недостаточная эффективность PR-кампаний по формированию благоприятного туристского имиджа России и ее регионов.

В последнее время в России наблюдается интерес к внутреннему туризму, поскольку он способствует выводу страны и регионов из кризиса. Однако исследование показало, что динамика поездок по России туристов значитель-

но отставала от динамики их выезда, так как у российских туристов появилось больше возможностей для цивилизованного отдыха в зарубежных странах.

Таблица 1 – Въезд в Россию иностранных граждан по целям поездок
в 1995–2008 гг., тыс. прибытий

Цель поездки	1995		2003	2004	2005	2006	2007	2008		2008 к 1995, %
	Тыс. чел.	Удельный вес, %						Тыс. чел.	Удельный вес, %	
Всего	5 311	100,00	8 148	8 661	9 398	8 818	8 347	8 551	100,00	161,01
В том числе:										
официальная	2 186	41,16	2 038	2 057	2 591	2 417	2 293	2 945	34,44	134,72
туризм	1 787	33,65	2 779	2 637	2 251	2 275	2 123	2 168	25,35	121,32
частная	544	10,24	2 404	3 016	3 516	3 134	2 853	2 389	27,94	439,15
транзит	84	1,58	131	131	148	109	133	105	1,23	125,00
обслуживающий персонал	710	13,37	796	820	892	883	945	945	11,05	133,10

В последние годы отмечены низкие объемы и некоторый рост внутреннего туризма. Об этом свидетельствуют показатели количества реализованных гражданам России туристских путевок: в 2004 г. – 739; 2005 г. – 1 378; 2006 г. – 1 460; 2007 г. – 1 659. В 2008 г. намечилось снижение количества туристов, было реализовано только 1 030 тыс. путевок, что в 3,1 раза меньше, чем реализовано путевок по зарубежным странам.

Исследование показало, что количество граждан России, выезжающих за рубеж с целью «туризм», возросло с 1995 по 2008 г. в 4,2 раза, что свидетельствует об устойчивом росте данного сектора туристского рынка. В результате этого имеет место неудовлетворительный и ухудшающийся баланс между количеством выезжающих из страны и въезжающих в нее туристов. В 2008 г. это соотношение достигло 5-кратного размера, и эта тенденция усиливается (рисунок 3).

В ходе исследования установлена тесная связь количества выезжающих из России туристов с денежными доходами населения РФ (индекс корреляции составил 0,96) и слабая связь количества приобретенных гражданами РФ путевок по России с их денежными доходами (индекс корреляции 0,32). Следовательно, рост денежных доходов населения в условиях глобализации, низких уровня развития индустрии туризма и ее конкурентоспособности привел к росту главным образом выездного туризма.

К причинам, вызывающим диспропорции в развитии туризма, автор относит достигнутый уровень развития российской индустрии туризма, ее низкую конкурентоспособность в условиях глобализации, а именно: недостаточное количество и отсутствие определенных видов предприятий и объектов индустрии туризма, низкое качество и высокие цены оказываемых ими услуг, отсутствие необходимого набора туристских продуктов, низкая обустроенность природных объектов для посещений туристами, а также неудовлетворительное транспортное сообщение с РФ и ее регионами, внутри них.

Требуется ускоренное развитие российской индустрии туризма, обеспечение ее конкурентоспособности. Для этого необходима интеграция россий-

ской индустрии туризма в мировое туристское пространство. Выделяем три этапа интеграции отечественной индустрии туризма: советский, постсоветский, современный.

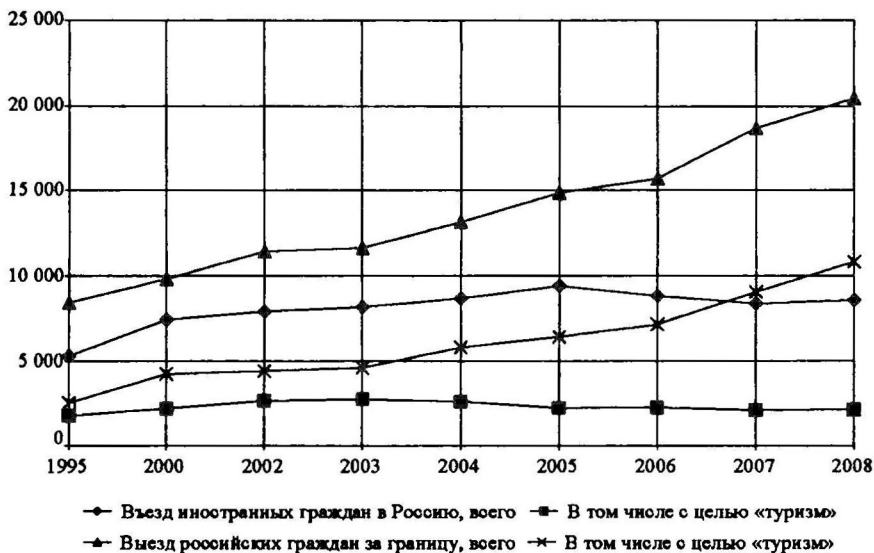


Рисунок 3 – Въезд иностранных граждан в Россию и выезд российских граждан за рубеж, тыс. прибытий

Исследование позволило выделить и обосновать основные факторы, способствующие интеграции российской индустрии туризма в мировое туристское пространство в современных условиях:

- адаптация российского законодательства в сфере туризма к международному, что позволит облегчить всю деятельность по перемещению граждан через границы и пребыванию в других странах;

- создание в Российской Федерации единой системы информационного обеспечения индустрии туризма, с последующим выходом ее за пределы страны. Это позволит участникам рынка туристских услуг обладать необходимой информацией в сфере туризма, повысить ее достоверность в условиях асимметричной инфосферы;

- использование международных информационных сетей;

- исследование мирового рынка туристских услуг и спроса на туристские продукты;

- создание за границей РФ положительного имиджа России и объектов индустрии туризма, что позволит привлечь в страну иностранных туристов;

- вступление РФ во Всемирную туристскую организацию. Это даст возможность влиять на установление международных норм и правил в сфере туризма, в большей мере учитывать интересы России и ее индустрии туризма;

– использование российскими организациями индустрии туризма международных стандартов деятельности организаций и обслуживания клиентов, что делает более привлекательными, комфортными отели, рестораны, транспортные средства и др.

Интеграция индустрии туризма РФ предполагает также государственную поддержку соответствующих предприятий и организаций, создание необходимых условий для их функционирования.

Важным фактором интеграции индустрии туризма РФ в мировое туристское пространство является активное вхождение российских предприятий и организаций индустрии туризма, предпринимательских сетей в международные сети.

Исследование научно-методических основ предпринимательских сетей в индустрии туризма (рисунок 4) позволило сформулировать принципы их формирования и функционирования:

- сочетаемость и единая направленность целей и задач участников предпринимательской сети;
- оптимальная скоординированность их действий в пространстве и во времени;
- реализация возможностей по разделению труда, концентрации, кооперации и специализации предприятий и организаций индустрии туризма;
- взаимная выгода взаимодействия всех участников предпринимательской сети;
- возможность эффективного регулирования взаимоотношений с внешней средой.

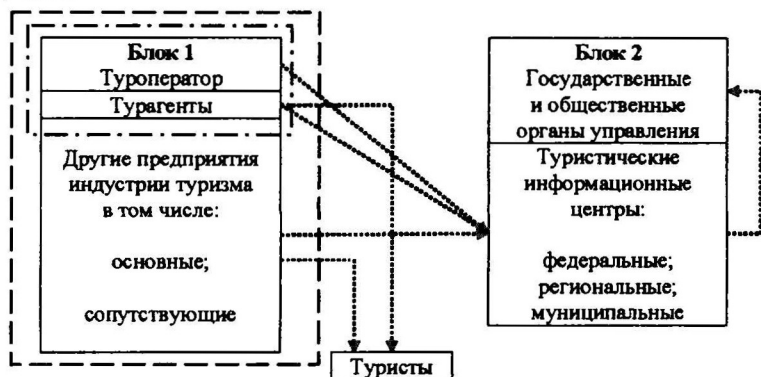


Рисунок 4 – Схема функционирования сетевых связей индустрии туризма:

— — — — — система агентских договоров; — — — — — сетевые связи;
 — информационные связи для функционирования сетевых связей

Анализ интеграционных процессов в индустрии туризма позволил выявить проблемы на пути создания эффективных предпринимательских сетей:

– формирование и функционирование предпринимательских сетей в индустрии туризма происходит, как правило, по отраслевому принципу – сети отелей, турагентские сети;

– отсутствие согласованности в деятельности предприятий и организаций индустрии туризма;

– в ряде случаев имеет место конгломератное слияние турагентов и туроператоров, которое не позволяет существенно повысить эффективность и качество работы.

В результате объединения нескольких организаций индустрии туризма в предпринимательскую сеть (в рамках новой экономической структуры) возникает синергетический эффект, состоящий в превышении эффекта совместного функционирования хозяйствующих субъектов над суммой эффектов их автономной деятельности. Это можно выразить следующей формулой:

$$\mathcal{E}_n > \mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \dots + \mathcal{E}_n$$

где \mathcal{E}_n – эффект совместной деятельности организаций; $\mathcal{E}_1, \mathcal{E}_2, \dots, \mathcal{E}_n$ – эффекты автономного функционирования организаций индустрии туризма.

Величина синергетического эффекта C при этом составит:

$$C = \mathcal{E}_n - (\mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \dots + \mathcal{E}_n).$$

Предполагается, что синергетический эффект $C > 0$ – положительный. При этом чем больше C , тем глубже процесс экономического взаимодействия и тем устойчивее объединение данных хозяйствующих субъектов. Чем меньше C , тем ниже устойчивость новообразованного объединения.

При $C < 0$ экономическое взаимодействие организаций индустрии туризма дает отрицательный результат, и объединение этих организаций распадается.

Общий синергетический эффект от объединения C в сети распределяется между организациями. При этом если какая-либо организация не получает выгоды от интеграции, она стремится к автономии.

Российские районы пионерного освоения являются важнейшими источниками топливно-энергетических ресурсов, имеют сырьевую ориентацию хозяйства. Экономика такого района является моноспециализированной, что вызывает необходимость ее диверсификации, ускоренного развития сферы услуг, в том числе индустрии туризма.

Анализ индустрии туризма типичного района пионерного освоения – Ханты-Мансийского автономного округа – Югры показал, что в округе имеются предприятия и объекты, которые способны принять, разместить и обслужить определенное количество туристов. Вместе с тем, анализ выявил и слабые стороны складывающейся индустрии туризма округа, а именно:

– отсутствие удобного и одновременно доступного по ценам вида транспорта для поездок в округ;

– низкий уровень развития в округе сети железных дорог и их пропускная способность;

– низкий уровень развития малой авиации и ее инфраструктуры;

- недостаточное оборудование междугородных автомагистралей придорожными объектами;
- недостаточное количество мест размещения (гостиниц и др.) с низкими ценами, отсутствие баз отдыха по экологическому и этническому туризму;
- отсутствие недорогих закусовых, фаст-фудов с известными брендами;
- низкое информационное и рекламное обеспечение деятельности этнографических и других объектов культуры округа;
- отсутствие четкого позиционирования округа и его объектов туризма в российском и международном информационном пространстве.

Исследование показало, что в округе имеется значительное количество уникальных природных объектов – потенциальных объектов туризма. Опрос экспертов показал, что в округе находится 25 таких природных объектов, которые можно использовать в целях туризма. Однако в настоящее время в туристских целях используется лишь 8 объектов, т.е. 32,0%.

Это сдерживает интеграцию индустрии туризма округа в мировое и российское туристское пространство. Исследование позволило выделить факторы, способствующие такой интеграции:

- развитие международных научно-технических, экономических и культурных связей округа;
- рост реальных доходов и соответственно покупательной способности населения округа;
- изменение соотношения рабочего и свободного времени населения округа в сторону последнего;
- изменение структуры потребительского спроса (увеличение спроса на услуги, в частности туризма);
- возможность получения организациями и предприятиями округа значительных инвестиций;
- ухудшение экологической обстановки в других регионах и государствах.

4 Разработана модель стратегического управления развитием индустрии туризма, включающая в себя алгоритм действий по разработке и реализации программ ее развития.

Модель (рисунок 5) предполагает сегментацию действий по созданию комплекса программ развития индустрии туризма. В процессе реализации алгоритма действий формируется трехуровневый комплекс программ развития индустрии туризма, который представляет собой взаимосвязанную по ресурсам, исполнителям и срокам реализации совокупность научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, социально-экономических, экологических, организационно-хозяйственных, нормативно-правовых и других мероприятий, обеспечивающих эффективное решение основных задач развития индустрии туризма.

Содержание государственного регулирования развития индустрии туризма определяется, прежде всего, целями, стоящими перед государством, а также инструментами, которыми располагают государственные органы.



Рисунок 5 – Модель стратегического управления развитием индустрии туризма:

→ – переход по позициям для достижения целей;
 -----> – переход для создания корректирующих воздействий
 в случае отклонения от достижения цели

Глобальная цель государственного регулирования развития индустрии туризма может быть определена следующим образом: создание конкурентоспособной индустрии туризма, удовлетворяющей потребности российских и зарубежных граждан в туристских услугах и вносящей вклад в развитие стра-

ны за счет налоговых поступлений, сохранения культурного и природного наследия, повышения имиджа России, развития многосторонних связей РФ, увеличения количества рабочих мест в стране.

Процесс разработки программ развития индустрии туризма предполагается начинать с формирования реестра туристских ресурсов. Он представляет собой информационную систему, банк данных о туристских объектах и субъектах индустрии туризма, сетевых связях между ними. Для этого целесообразно создать в России сеть туристско-информационных центров (ТИЦ). Считаем целесообразным включение в данные реестры не только существующих, но и потенциальных объектов индустрии туризма.

Разработка программы предполагает анализ внешней среды, соответственно, государства или региона, состоящий из анализа макроокружения индустрии туризма и ее непосредственного делового окружения.

В процессе изучения состояния предприятий и организаций индустрии туризма целесообразно осуществлять оценку инновационно-инвестиционного потенциала данных предприятий и организаций по предложенной методике (в диссертации выполнен анализ потенциала типичной организации индустрии туризма для района пионерного освоения, – ООО «Северавтотранс», г. Ханты-Мансийск). В данной методике используются как известные показатели деятельности предприятия, так и разработанные автором. Для расчета интегрального показателя сначала производится поэтапный расчет каждого блока – направления: производственно-технический потенциал, научно-технический потенциал, финансово-экономический потенциал, организационно-управленческий потенциал, кадровый потенциал. Интегральный показатель Y можно выразить следующей формулой:

$$Y = \sqrt[3]{Y_{\text{ТПП}} \times Y_{\text{НТП}} \times Y_{\text{ФЭП}} \times Y_{\text{ОУП}} \times Y_{\text{КП}}},$$

где Y – интегральный показатель уровня инноваций и инвестиций предприятия; $Y_{\text{ТПП}}$ – производственно-технический потенциал; $Y_{\text{НТП}}$ – научно-технический потенциал; $Y_{\text{ФЭП}}$ – финансово-экономический потенциал; $Y_{\text{ОУП}}$ – организационно-управленческий потенциал; $Y_{\text{КП}}$ – кадровый потенциал;

Позиция 4 алгоритма предусматривает осуществление *анализа мотивации (потребительского спроса)* на туристские услуги, которые уже оказываются на данной территории, а также услуги, которые могли бы быть востребованы туристами на территории данного государства (региона).

Изучение спроса на туристские услуги следует проводить по следующим направлениям:

- среди местного населения с целью развития различных форм краткосрочного отдыха;
- среди населения других регионов РФ;
- среди зарубежных потребителей (существующих и потенциальных).

В работе предлагается индикатор, характеризующий соотношение спроса и предложения и отражающий рыночную конъюнктуру туристских услуг – показатель доступности услуги для туриста I . Его можно рассчитывать следующим образом:

$$H = D/P_j,$$

где D – доходы населения за год; P_j – средняя цена туристской программы.

Чем выше этот показатель, тем более доступным является рассматриваемый вид туристской услуги и тем больше вероятность ее продажи потребителю данной группы.

Обратная его величина характеризует условное время, которое необходимо для аккумуляции сбережений и приобретения данного вида программы T_c :

$$T_c = P_j/D.$$

Представленная на рисунке 6 схема позволяет осуществлять прогнозирование спроса на туристские услуги на основе комплексного подхода, учитывающего спектр основных факторов и их взаимосвязей, определяющих спрос.

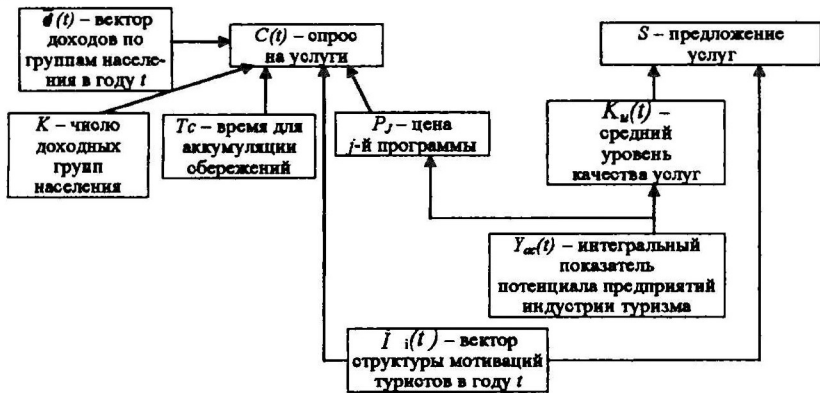


Рисунок 6 – Основные факторы, влияющие на спрос и предложение

Разработка программы включает *определение стратегической цели* развития индустрии туризма государства (региона) как конкретное конечное состояние ее в конце планового периода, за ней следует *выбор конкурентной стратегии* развития индустрии туризма. Выработанная стратегия развития индустрии туризма государства (региона) может быть *структурирована на частные стратегии*, что актуально для РФ и ее регионов, имеющих весьма различные географические, экономические и природно-климатические условия.

На основе этого разрабатываются программы развития индустрии туризма. Считает целесообразным разрабатывать комплекс следующих программ: государственная, региональные, муниципальные (для отдельных муниципальных образований).

Далее следует *разработка механизма реализации программы*, что является критическим этапом, так как именно он в случае успешного осуществления приведет к достижению поставленных целей. В реализации программы участвуют как государственные органы и организации (предприятия), так и частные организации (предприятия).

Важным этапом является *контроль реализации программы*, который обеспечивает устойчивую обратную связь между тем, как идет достижение поставленных целей, и тем, на достижение каких результатов нацелена ее деятельность.

Логически последним этапом является *оценка эффективности деятельности по реализации программы* развития индустрии туризма. С этой целью считаем целесообразным применить целевой подход, в основу которого положить сопоставление достигнутых целей с запланированными.

Оценку эффективности деятельности по реализации программы при таком подходе можно характеризовать через сопоставление фактических и плановых значений показателя цели D :

$$D = M - K,$$

где M – планируемый показатель цели управления, соответствующий оптимальному алгоритму; K – фактическое значение показателя цели.

При этом принимается, что эффективность управления тем выше, чем меньше разность $(M - K)$. Задача органов регулирования при этом состоит в том, чтобы функционал имел минимум. В свою очередь, эффективность деятельности по реализации программы \mathcal{E} можно количественно выражать степенью достижения поставленной перед системой регулирования цели или степенью приближения к ней, характеризовать некоторой функцией F от D :

$$\mathcal{E} = F(D) = F(M - K).$$

Использование элементов модели позволило выделить в данной работе стратегические направления развития индустрии туризма ХМАО-Югры. При этом было учтено, что индустрия туризма округа, условно рассматриваемая как отдельная организация, может существовать, усиливая свои позиции на рынке туристских услуг, и приносить региону ощутимую пользу, лишь обладая достаточной конкурентоспособностью. В связи с этим целесообразно сконцентрировать имеющиеся возможности и ресурсы индустрии туризма округа на разработке неповторимого туристского продукта, специализируясь на нем. Этим продуктом может быть использование в туристских целях уникальных природных возможностей округа. При этом следует также осуществить фиксацию соответствующего сегмента рынка и концентрацию усилий на нем. Такая стратегия конкурентного поведения выводит на следующее основное стратегическое направление развития индустрии туризма ХМАО-Югры на ближайшие годы – максимальное использование природного потенциала региона в целях удовлетворения потребностей российских и зарубежных туристов, развитием при этом экологического, этнического, сельского, охотничьего и рыболовного туризма. Дополнительным стратегическим направлением может быть традиционный для округа деловой туризм с его разновидностями – конгрессно-выставочным и научно-культурным.

III Основные положения диссертационного исследования опубликованы в следующих работах

Статьи в изданиях, аннотированных ВАК РФ

1 Горгоц, О. В. Анализ состояния индустрии туризма в условиях глобализации [Текст] / О. В. Горгоц. Аграрный вестник Урала. 200. № 6.

2 Горгоц, О. В. Развитие туризма в районах пионерного освоения [Текст] / О. В. Горгоц, В. И. Набоков // Российское предпринимательство. 2009. Ноябрь. Вып. 1.

Монография

3 Горгоц, О. В. Развитие региональной индустрии туризма в условиях глобализации (на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югра) [Текст] : [монография] / О. В. Горгоц, В. И. Набоков. Курган : ООО «Дамми», 2009. – 180 с.

Статьи, опубликованные доклады

4 Горгоц, О. В. Проблемы развития въездного туризма ХМАО-Югра [Текст] / О. В. Горгоц // Проблемы развития предпринимательства и рыночной инфраструктуры Ханты-Мансийского автономного округа – Югра : сб. науч. тр. Ханты-Мансийск : Югорский гос. ун-т, Ин-т экономики и финансов, 2007. № 1.

5 Горгоц, О. В. Транспортные услуги, как часть индустрии туризма в эпоху глобализации [Текст] / О. В. Горгоц // Проблемы и достижения автотранспортного комплекса : материалы V Всерос. науч.-техн. конф. Екатеринбург : УГТУ–УПИ, 2007.

6 Горгоц, О. В. Формирование и развитие туристской индустрии в постиндустриальном обществе [Текст] / О. В. Горгоц // Устойчивое развитие региона : экономические, финансовые, правовые и социальные факторы : сб. науч. тр. Ханты-Мансийск : Югорский гос. ун-т, Ин-т экономики и финансов, 2007.

7 Горгоц, О. В. Проблемы инноваций в развитии индустрии туризма ХМАО [Текст] / О. В. Горгоц // Региональная инновационная среда Ханты-Мансийского автономного округа : проблемы становления и перспективы развития : прил. к журн. «РЕГИОН 86». Ханты-Мансийск : Югорский гос. ун-т, 2007.

8 Горгоц, О. В. Специализация как предпосылка предпринимательских сетей в строительстве [Текст] / О. В. Горгоц, Т. А. Слинкина // Экономические

и социальные факторы развития народного хозяйства : материалы VI ежегодной студенческой науч. конф. Ханты-Мансийск : Югорский гос. ун-т, 2007.

9 Горгоц, О. В. Необходимость развития дополнительного образования по подготовке специалистов сервиса туризма в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре и государственное регулирование этого процесса [Текст] / О. В. Горгоц, А. В. Красильников // Материалы VII науч.-практ. Всерос. туристско-краевед. конф. (21–22 февраля 2008 г.). Ханты-Мансийск : Полиграфист, 2008.

10 Горгоц, О. В. Проблемы развития автотранспорта как части индустрии туризма в ХМАО [Текст] / О. В. Горгоц, В. М. Куриков // Проблемы и достижения автотранспортного комплекса : материалы V Всерос. науч.-техн. конф. Екатеринбург : УГТУ–УПИ, 2008.

11 Горгоц, О. В. История государственного регулирования туризма в России [Текст] / О. В. Горгоц // Экономика, экология и общество России в XXI столетии : материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2009.

12 Горгоц, О. В. Разработка стратегии развития туристско-информационных центров (ТИЦ) [Текст] / О. В. Горгоц // Экономика, экология и общество России в XXI столетии : материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2009.

13 Горгоц, О. В. Методика оценки инвестиционного и инновационного потенциала предприятий, занимающихся услугами для туристов (на примере ООО «Северавтотранс» Ханты-Мансийского автономного округа – Югры) [Текст] / О. В. Горгоц // Проблемы и достижения автотранспортного комплекса : материалы VII Всерос. науч.-техн. конф. Екатеринбург : УГТУ–УПИ, 2009.

14 Горгоц, О. В. Формирование национального туристического рынка [Текст] / О. В. Горгоц, Т. С. Орлова // Евразийское экономическое пространство: проблемы и тенденции развития : материалы XII Всерос. форума молодых ученых и студентов. Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2009. Ч. 2.

15 Горгоц, О. В. Развитие экологического туризма в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре [Текст] / О. В. Горгоц, А. В. Лобова // Материалы V Юбилейной открытой науч.-практ. конф. студентов Ин-та геологии, нефти и газа Югорского гос. ун-та, посвященной памяти проф. А. И. Галочкина (17 апреля 2009 г.), Ханты-Мансийск, 2009.

16 Горгоц, О. В. Инновации в методике создания туристического продукта [Текст] / О. В. Горгоц, Т. С. Орлова // Сервису и туризму – инновационное развитие : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (22 апреля 2009 г.). СПб. : Ленингр. гос. ун-т им. А. С. Пушкина, 2009.

